



UPY

Universitas PGRI Yogyakarta

Volume 4, Oktober 2009

ISSN 1978 - 1679

AKMENIKA

Jurnal Akuntansi dan Manajemen

Pengaruh Pengumuman *Right Issue* terhadap Kinerja Saham dan Likuiditas Saham di Bursa Efek Indonesia.

Hartono

Pengaruh *Organizational Commitment* dan *Professional Commitment* terhadap *Organization Citizenship Behavior*

Murti Sumarni

Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, dan Dana Alokasi Khusus terhadap Alokasi Belanja Modal Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi D.I. Yogyakarta

Saptaningsih Sumarmi

Pengaruh Multifaktor Makroekonomi terhadap *Return Pasar*

Deni Dwi Hartomo

Pengaruh Manajemen Mutu Layanan terhadap Kepuasan Peserta Didik di Universitas PGRI Yogyakarta

Siti Maisaroh

Dampak Pengumuman Dividen Pada Pasar Saham (Studi Empiris Pada Pasar Saham di Bursa Efek Indonesia)

Yati Suhartini

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Endang Tri Wahyuni

Penerbit
Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Yogyakarta
Jl. PGRI I Sonosewu No. 117
Yogyakarta 55182
Telp. (0274) 376808, 373198, 373098
Fax. (0274) 376808
e-mail: ekn_upy@yahoo.com

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA**

Endang Tri Wahyuni^{*)}

Abstract

The aim of this research was to determine the impact of management capability, the understanding of economic concept, and parent's social economic status to the consumption behavior of the student of Economics Faculty of PGRI University, Yogyakarta, either partially or simultaneous.

The subject of this research was 60 (sixty) students of Economics Faculty of PGRI University, Yogyakarta. The data was collected by the questionnaire that was arranged by the Likert Scale Model and documentation. This research used the three prediction regression analysis technique.

The result of this research showed that management capability did not give impact significantly to the consumption behavior of respondents. The understanding of economic concept gave a positive and significant impact to the consumption behavior of respondents, effectively in the rate of 23,8%. The parent's social economic status gave positively and significantly impact to the consumption behavior of respondents, effectively in the rate of 7,74%. Simultaneous, the understanding of economic concept and parent's social economic status gave a positive and significant impact to the respondents, effectively in the rate of 32%.

Keyword: *Management Capability, Understanding of Economic Concept, Social Economic Status, Consumption Behavior.*

Pendahuluan

Penggerak utama kegiatan ekonomi masyarakat adalah kebutuhan manusia, yang semakin bertambah dan bervariasi seiring dengan peradaban manusia.

^{*)} Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta

*Endang Tri Wahyuni – Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*

Karakteristik kebutuhan manusia dalam analisis ekonomi adalah bahwa kebutuhan manusia tak terbatas dan setiap manusia memiliki kecenderungan memenuhinya.

Di sisi lain, sumber daya yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas itu bersifat langka. Oleh karena itu, manusia memerlukan cara tertentu agar dapat memenuhi kebutuhannya secara optimal. Disamping langka, sumber daya yang ada juga mengandung alternatif penggunaan. Penentuan penggunaan sumber daya untuk tujuan tertentu akan mengorbankan kesempatan penggunaan sumber daya tersebut untuk tujuan yang lain. Misalnya seorang mahasiswa memutuskan untuk menghadiri kuliah pada jam tujuh pagi, padahal pada jam itu biasanya masih tidur nyenyak. Kesempatan yang hilang karena memilih alternatif pilihan di dalam ilmu ekonomi disebut *opportunity cost*.

Keterbatasan sumber daya yang dimiliki seseorang mengakibatkan orang tersebut tidak mampu untuk memenuhi apa saja yang diinginkan. Dalam konsep ekonomi dibedakan antara istilah kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan biasanya didasarkan pada kenyataan bahwa seseorang mempunyai kemampuan untuk memenuhinya/membelinya, keinginan biasanya tidak didasarkan pada kemampuan untuk memenuhinya. Konsep ekonomi fundamental menjadi sangat penting bagi manusia untuk mengelola sumber daya yang sifatnya terbatas agar dapat digunakan secara efisien. Hal ini akan mempengaruhi perilaku konsumsi manusia dalam hal memenuhi kebutuhannya. Manusia dalam berperilaku perlu kemampuan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efisien dan efektif.

Era globalisasi mengakibatkan terjadinya pergeseran pola konsumsi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pengaruh globalisasi sangat terlihat di kota-kota besar, termasuk di kota pelajar Yogyakarta. Dampak globalisasi semakin terasa setelah muncul pusat-pusat perbelanjaan dan berbagai macam barang dan jasa yang tersedia. Hal tersebut menunjukkan mudahnya memperoleh barang-barang yang beraneka ragam dan kemudahan dalam fasilitas yang lainnya.

Pergeseran perilaku konsumsi tersebut disebabkan karena adanya pengadopsian nilai-nilai baru yang bersifat positif maupun negatif. Perilaku tersebut berimbas pada sebagian besar mahasiswa dan remaja tanpa

memandang pendapatan orang tua. Pola hidup global tercermin dalam pola perilaku konsumsi yang menyangkut jumlah barang dan jasa yang dibutuhkan. Pusat-pusat perbelanjaan di Yogyakarta semakin beraneka ragam. Peran orang tua dalam pembelian barang-barang kebutuhan anaknya mulai tergeser seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang cepat. Untuk masa sekarang ini, dalam membeli suatu barang, remaja cenderung tidak meminta pertimbangan dari orang tua tetapi mereka lebih percaya kepada teman pergaulannya. Keadaan seperti ini yang telah menjadi kebiasaan para mahasiswa sekalipun mereka belum memperoleh penghasilan sendiri. Kecenderungan mengarah kepada konsumsi yang kurang efektif, yaitu perilaku konsumsi yang tidak lagi mempertimbangkan keadaan ekonomi orang tuanya, tetapi mereka lebih cenderung mengikuti mode dan *trend*, serta pengaruh dari iklan televisi dan teman pergaulan. Sekarang ini tidak sedikit ditemui remaja yang bergaya hidup memburu kepuasan dan kesenangan pribadi tanpa memperhatikan kondisi ekonomi orang tuanya yang mencari uang untuk biaya hidup. Dalam benak mereka hanya tertanam kesenangan dan kepuasan, serta gaya hidup *glamour*. Saat ini, ada kecenderungan berperilaku konsumsi seperti diatas, sementara kondisi ekonomi orang tua tidak memungkinkan untuk memberikan fasilitas pemenuhan kebutuhan yang berlebihan. Bahkan ada yang memaksakan kehendak dengan menggunakan uang kuliah untuk membeli sesuatu karena gengsi dan untuk mengejar kepuasan, padahal sebenarnya barang tersebut belum dibutuhkan. Dalam hal ini kemampuan manajemennya masih perlu ditingkatkan.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut: (a) Bagaimana pengaruh kemampuan manajemen mahasiswa terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta?; (b) Bagaimana pengaruh penguasaan konsep ekonomi mahasiswa terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta?; (c) Bagaimana pengaruh status sosial ekonomi orang tua mahasiswa terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta?;

(d) Bagaimana pengaruh kemampuan manajemen, penguasaan konsep ekonomi, dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta?

Bertolak dari rumusan masalah yang ditetapkan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemampuan manajemen, penguasaan konsep ekonomi, dan status sosial ekonomi orang tua baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritik, yaitu bagi perkembangan ekonomi, maupun secara praktis, yaitu sebagai bahan masukan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas pola perilaku konsumsinya.

Kajian Pustaka

Kemampuan Manajemen

Manajemen berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *management* dengan kata kerja *to manage* yang secara umum berarti mengurus atau mengelola. Menurut Kadarman dan Udaya (1994), manajemen adalah suatu rentetan langkah yang terpadu yang mengembangkan suatu organisasi sebagai suatu sistem yang bersifat sosio-ekonomi-teknis. Menurut Stoner dalam Kadarman dan Udaya (1994), manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan mengawasi usaha-usaha dari anggota organisasi dan dari sumber-sumber organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Secara umum manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan berbagai usaha anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen merupakan suatu proses, karena menunjukkan cara yang sistematis untuk melakukan sesuatu. Setiap manajer terlibat dalam kegiatan yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan. Dengan demikian manajemen diperlukan dan selalu ada dalam setiap organisasi, yang

mungkin berbentuk perusahaan, rumah sakit, universitas, rukun kampung, dan sebagainya.

Kemampuan Manajemen adalah kemampuan yang menunjukkan cara sesuatu diselesaikan dalam suatu perusahaan. Kemampuan manajemen tersebut merupakan gambaran atas kemampuan mahasiswa dalam penggunaan uang, perlengkapan, bahan-bahan, dan metode-metode yang efektif untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Penguasaan Konsep Ekonomi

Pengertian konsep adalah rancangan atau ide atau pengertian yang diabstrakkan dari peristiwa konkret. Pendapat Rossel yang dikutip oleh Danar (1996), bahwa pengertian konsep adalah suatu abstraksi yang mewakili satu kelas obyek-obyek, kejadian-kejadian, kegiatan-kegiatan, atau hubungan-hubungan yang mempunyai atribut-atribut yang sama. Oleh karena orang yang mengalami stimulus-stimulus yang berbeda-beda, orang membentuk konsep sesuai dengan pengelompokan stimulus-stimulus dengan cara tertentu. Dari uraian ini dapat ditegaskan bahwa konsep adalah kesepakatan bersama untuk penanaman sesuatu dan merupakan alat intelektual atau pandangan dalam prinsip yang terorganisasi yang membantu kegiatan berpikir untuk memecahkan suatu masalah dan bersifat abstrak.

Konsep Ekonomi menunjukkan bahwa kebutuhan manusia itu sifatnya tidak terbatas, sedangkan alat pemuas kebutuhan manusia terbatas atau bersifat langka. Oleh karena itu sepanjang hidupnya manusia senantiasa harus berpikir, berusaha, memilih, dan melakukan berbagai pengorbanan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Ilmu ekonomi membantu manusia dan masyarakat sampai pada pilihannya dalam menggunakan uang, sumber-sumber produksi yang mempunyai penggunaan alternatif, serta membantu manusia untuk mencapai kemakmuran yang maksimal, agar masyarakat dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menentukan pilihan yang terbaik, maka dari itu perlu adanya penguasaan konsep ekonomi. Konsep dasar ekonomi yang harus dimengerti dan dikuasai antara lain meliputi konsep ekonomi fundamental, ekonomi mikro-makro, ekonomi internasional, pengukuran dan metode yang digunakan, tujuan sosial yang luas dari ilmu ekonomi.

Penguasaan konsep ekonomi merupakan salah satu hasil dari proses pembelajaran mahasiswa. Dengan mengetahui konsep-konsep dalam ekonomi, maka diharapkan perilaku ekonomi mahasiswa khususnya pola perilaku akan meningkatkan konsep yang telah dipelajarinya. Hal ini mengacu pada tujuan pembelajaran ekonomi, yaitu pembentukan sikap dan perilaku ekonomi yang rasional dalam menghadapi dan memecahkan masalah yang dihadapinya. Dengan demikian penguasaan konsep ekonomi akan membentuk pola perilaku konsumsi yang rasional.

Status Sosial Ekonomi

Menurut Soekanto (2000), kedudukan diartikan sebagai tempat posisi seseorang suatu kelompok sosial. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang-orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisenya, dan hak serta kewajiban-kewajibannya.

Kedudukan seseorang atau kedudukan yang melekat padanya dapat dilihat dari pola kehidupan sehari-harinya, melalui ciri-ciri tertentu yang dinamakan prestasi simbol. Menurut Soekanto (2000), ada beberapa ciri tertentu yang dianggap sebagai status simbol, misalnya cara berpakaian, cara mengisi waktu luang, memilih tempat tinggal, cara dan corak menghias rumah kediaman, dan seterusnya.

Menurut Mahmud dalam Arifin (2003), status sosial ekonomi antara lain meliputi tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, jenis pekerjaan, jabatan, orang tua, fasilitas khusus dan barang-barang berharga yang ada di rumah seperti televisi, almari es, dan lain-lain. Menurut Miffen dalam Arifin (2003), definisi operasional mengenai status sosial ekonomi sering terbatas pada pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan yang kesemuanya terkait sama lain. Pekerjaan biasanya merupakan akibat dari pendidikan dan merupakan salah satu faktor penentu.

Dari berbagai pendapat diatas dapat dirumuskan bahwa status sosial ekonomi orang tua yang dimaksud yaitu posisi atau kedudukan orang tua berdasarkan kriteria sosial ekonomi. Kriteria ekonomi antara lain meliputi tingkat pendidikan, jabatan, jenis pekerjaan, peran sosial dalam masyarakat,

tingkat penghasilan, fasilitas khusus dan barang-barang berharga, serta gaya hidup yang tampak.

Status sosial ekonomi sangat mempengaruhi pola perilaku konsumsi mahasiswa. Dengan kondisi status sosial ekonomi orang tua yang berbeda-beda akan mengakibatkan pola atau gaya hidup yang berbeda-beda pula, termasuk mengkonsumsi barang dan jasa. Bagi mahasiswa yang mempunyai orang tua yang status sosial ekonominya tinggi, maka ada kecenderungan bergaya hidup mewah dan memungkinkan dapat memenuhi kebutuhan yang ada. Dalam perilaku konsumsinya juga berbeda dengan mahasiswa yang orang tuanya memiliki status sosial ekonomi menengah ke bawah atau kurang mampu, karena lebih berpikir dalam melakukan konsumsi dan bergaya hidup.

Perilaku Konsumsi

Menurut Walgito (1994), pembentukan perilaku sebagai hasil belajar dilakukan dengan tiga cara melalui: (1) pembiasaan (*conditioning*), (2) pengertian (*insight*), serta (3) model (*model*). Perilaku konsumsi mahasiswa juga merupakan hasil belajar, baik melalui pembiasaan, pengertian, dan *modeling* di rumah, kampus, maupun masyarakat. Perilaku yang dominan adalah perilaku yang dibentuk, diperoleh serta dipelajari melalui proses pembelajaran. Dengan demikian jika mahasiswa telah belajar konsep-konsep ekonomi, maka dapat mendorong untuk berperilaku rasional. Selanjutnya, Walgito menyatakan bahwa, perilaku dalam arti luas meliputi perilaku yang tidak tampak dikenal dengan sikap dan yang tampak dikenal dengan **perilaku**.

Dalam kegiatan sehari-hari dapat diamati bahwa tingkah laku yang tampak (perilaku) terjadi setelah tingkah laku yang tidak tampak (sikap), psikologi memandang perilaku manusia (*human behavior*) sebagai reaksi yang dapat bersifat sederhana maupun kompleks.

Tujuan perilaku konsumsi adalah memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhinya berbagai macam kebutuhan. Keputusan pembelian untuk konsumsi cukup beragam, sehingga mengakibatkan jenis-jenis konsumsi juga mempunyai banyak ragam. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang baik yang berasal dari dalam dirinya maupun dari luar dirinya atau lingkungannya. Faktor tersebut bersifat obyektif maupun subyektif. Menurut Suparmoko (1994), selain

*Endang Tri Wahyuni – Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*

pendapatan, konsumsi ditentukan oleh faktor-faktor yang lain, yaitu: (1) selera, (2) faktor sosial ekonomi, (3) kekayaan, (4) keuntungan atau kerugian kapitalis, (5) tingkat harga, (6) tingkat bunga.

Menurut Swasta dan Handoko (1999), perilaku konsumsi merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Gilarso (1992) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah: (1) faktor individual, (2) faktor ekonomi, (3) faktor sosial, (4) faktor kebudayaan.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Kemampuan manajemen dan penguasaan konsep ekonomi merupakan sebagian dari tujuan pembelajaran ekonomi yang selanjutnya akan mempunyai dampak terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Demikian juga dengan kondisi status sosial ekonomi orang tua. Dalam keluarga yang status sosial ekonominya rendah akan mendidik keluarganya untuk ikut mencari nafkah, sehingga dimungkinkan mempunyai pola perilaku konsumsi yang relatif rendah, dan sebaliknya keluarga yang status sosial ekonominya tinggi, ada kecenderungan memanjakan dengan berbagai fasilitas yang tersedia sehingga dimungkinkan memiliki pola perilaku konsumsi yang tinggi.

Bertolak dari kajian pustaka dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan bahwa:

- H1: Kemampuan manajemen berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta
- H2: Penguasaan konsep ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta
- H3: Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta
- H4: Kemampuan manajemen, penguasaan konsep ekonomi dan status sosial orang tua secara simultan berpengaruh positif terhadap

perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota random sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 60 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. Disamping itu, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena semua gejala yang diamati diwujudkan dalam bentuk angka-angka dan menggunakan analisis statistik.

Metode Pengumpulan Data

Instrumen utama yang digunakan untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket, sehingga data yang dikumpulkan berupa data primer. Disamping itu, dalam penelitian juga diperoleh data sekunder yaitu yang dikumpulkan dari dokumentasi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket tersebut kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Untuk memperoleh instrumen penelitian yang memenuhi persyaratan, diadakan uji coba terlebih dahulu untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitasnya. Suatu instrumen dikatakan memiliki validitas yang baik jika dapat menggambarkan apa sebenarnya yang akan diukur, sedangkan jika instrumen yang disusun dapat menghasilkan data yang sama meskipun dilakukan secara berulang kali dalam waktu yang berbeda, berarti instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang baik. Disamping itu, untuk memperoleh data tentang profil subyek penelitian dan institusi tempat penelitian digunakan telaah dokumentasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Regresi

Dari hasil perhitungan analisis regresi ganda diperoleh harga konstanta dan koefisien regresi masing-masing variabel bebas seperti disajikan pada Tabel 1.

*Endang Tri Wahyuni – Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*

Tabel 1. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Ganda Y atas X1, X2, dan X3

| Variabel | Koefisien beta | P value | Keterangan |
|---------------------------------|----------------|---------|------------------|
| Konstanta | 1,296 | 0,028 | Signifikan |
| Kemampuan manajemen | 0,008 | 0,950 | Tidak Signifikan |
| Penguasaan konsep ekonomi | 0,552 | 0,000 | Signifikan |
| Status sosial ekonomi orang tua | 0,179 | 0,006 | Signifikan |
| F hitung = 10,269 | | 0.000 | Signifikan |
| Adj R ² = 0,320 | | | |

Persamaan regresi dalam bentuk $Y = f(X_1, X_2, X_3)$ dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = 1,296 + 0,008X_1 + 0,542 X_2 + 0,179 X_3$$

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kemampuan manajemen (X_1), penguasaan konsep ekonomi (X_2), dan status sosial orang tua (X_3) memiliki koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa kemampuan manajemen, penguasaan konsep ekonomi, dan status sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Uji statistik F diperoleh F_{hitung} sebesar 10,269 dengan p value sebesar 0.000 (signifikan) menunjukkan bahwa variabel kemampuan manajemen, penguasaan konsep ekonomi, dan status sosial orang tua secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Koefisien *adjusted* R² sebesar 0,320 menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 32%. Sedangkan sisanya sebesar 68% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

Pengujian Hipotesis

1. Hipotesis yang pertama diuji adalah "Terdapat pengaruh positif kemampuan manajemen terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta"

Sesuai dengan rangkuman hasil analisis regresi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebagaimana disajikan pada Tabel 1 diketahui p value

pada variabel kemampuan manajemen sebesar 0,950 (tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kemampuan manajemen terhadap perilaku konsumsi mahasiswa atau dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara kemampuan manajemen terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ditolak (Hipotesis 1 tidak dapat dibuktikan).

2. Hipotesis kedua yang diuji adalah “Terdapat pengaruh positif penguasaan konsep ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta”.

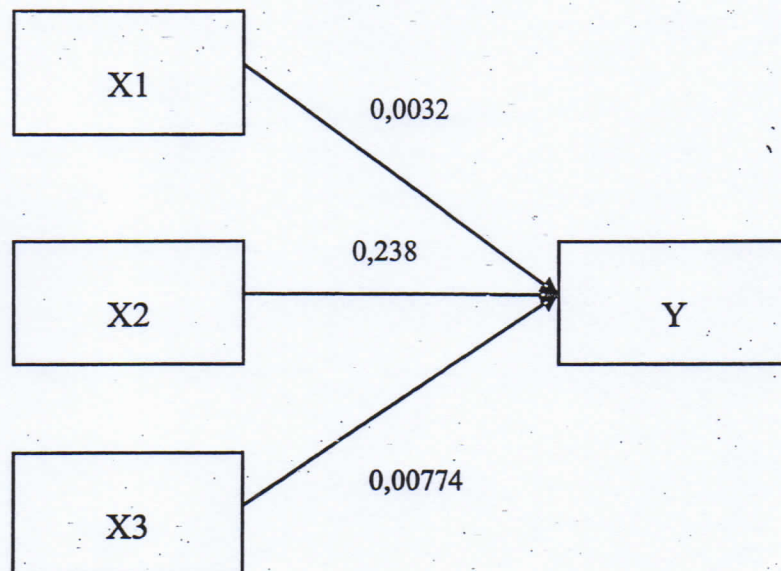
Sesuai dengan rangkuman hasil analisis regresi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebagaimana disajikan pada Tabel 1 diketahui *p value* pada variabel penguasaan konsep ekonomi sebesar 0,000 (signifikan). Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penguasaan konsep ekonomi dengan perilaku konsumsi mahasiswa atau dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara penguasaan konsep ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa diterima (Hipotesis 2 dapat dibuktikan).

3. Hipotesis ketiga yang diuji adalah “Terdapat pengaruh positif status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta”.

Sesuai dengan rangkuman hasil analisis regresi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebagaimana disajikan pada Tabel 1 diketahui *p value* pada variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar 0,006 (signifikan). Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan antara status sosial ekonomi orang tua dengan perilaku konsumsi mahasiswa atau dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa diterima (Hipotesis 3 dapat dibuktikan).

4. Hipotesis keempat adalah “Terdapat pengaruh positif kemampuan manajemen, penguasaan konsep ekonomi, dan status sosial ekonomi secara bersama-sama terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta”.

Sesuai dengan rangkuman hasil analisis regresi ganda Y atas X1, X2, dan X3 sebagaimana disajikan pada Tabel 1 diketahui harga F_{hitung} sebesar 10,269 yang ternyata signifikan pada taraf signifikansi 5% ($p < 0,05$). Disamping itu sesuai dengan rangkuman hasil perhitungan analisis regresi ganda Y atas X1, X2, dan X3 seperti disajikan pada Tabel 1 diketahui koefisien determinasi regresi ganda sebesar 0,320. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa penguasaan konsep ekonomi dan status sosial ekonomi secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan sumbangan efektif sebesar 32%. Hal ini berarti bahwa makin baik penguasaan konsep ekonomi, dan status sosial ekonomi maka akan makin baik pula perilaku konsumsi mahasiswa. Selanjutnya, disajikan hubungan empiris antar variabel penelitian seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Hubungan Empiris Antar Variabel Penelitian

Pembahasan Hasil Penelitian

Sesuai dengan deskripsi data yang telah disajikan pada bagian terdahulu, dapat diketahui bahwa perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta sebagian besar termasuk dalam kategori kurang

43,3%, yang termasuk dalam kategori tinggi 20%, yang termasuk dalam kategori sedang 20%, sedangkan yang termasuk dalam kategori rendah 16,7%. Hal ini jelas menggembirakan karena perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta sebagian besar termasuk kategori kurang yang berarti tidak terlalu konsumtif.

Mengenai kemampuan manajemen sebagian besar mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta termasuk dalam kategori kurang, yaitu 40%, yang termasuk dalam kategori tinggi 10%, yang termasuk dalam kategori sedang 30%, yang termasuk dalam kategori rendah 20%. Sesuai dengan rangkuman hasil regresi pada Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel kemampuan manajemen memiliki koefisien regresi yang kecil sebesar 0.008 dengan signifikansi $> 0,05$. Hal ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kemampuan manajemen terhadap perilaku konsumsi mahasiswa atau dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan antara kemampuan manajemen terhadap perilaku konsumsi mahasiswa ditolak.

Mengenai penguasaan konsep ekonomi sebagian besar mahasiswa termasuk kategori kurang 48,3%, yang termasuk dalam kategori tinggi 10%, yang termasuk dalam kategori sedang 25%, dan yang termasuk dalam kategori rendah 16,7%. Penguasaan konsep ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan sumbangan efektif sebesar 23,8%. Berdasarkan hasil pengujian keberartian korelasi tersebut, maka hipotesis penelitian ini diterima.

Mengenai status sosial ekonomi orang tua, sebagian besar mahasiswa termasuk kategori kurang 48,3%, yang termasuk dalam kategori tinggi 13,3%, yang termasuk dalam kategori sedang 30%, yang termasuk dalam kategori rendah 8,3%. Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dengan sumbangan efektif sebesar 7,74%. Berdasarkan hasil pengujian keberartian korelasi tersebut, maka hipotesis penelitian ini diterima.

Sebagaimana diketahui bahwa sesuai dengan hasil analisis dalam penelitian ini, variabel kemampuan manajemen (X_1) ternyata tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Kemampuan manajemen merupakan kemampuan yang menunjukkan cara sesuatu diselesaikan dalam suatu perusahaan atau organisasi. Kemampuan manajemen tersebut merupakan gambaran atas kemampuan mahasiswa dalam penggunaan uang, perlengkapan, bahan-bahan, dan metode-metode, yang efektif agar tepat guna dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Jika pengertian kemampuan manajemen ini dikaitkan dengan hasil penelitian tersebut yang ternyata tidak signifikan, diduga ada beberapa hal yang menjadi penyebabnya. Pertama, bahwa manajemen mahasiswa dalam penggunaan uang kemungkinan masih secara tradisional dan belum mengelola sesuai dengan teori-teori manajemen yang benar. Kedua, bahwa mereka kemungkinan masih menggunakan cara-cara seperti yang telah dilakukan sejak dahulu sebelum belajar manajemen. Ketiga, bahwa dalam menggunakan perlengkapan bahan-bahan yang dimiliki para mahasiswa juga tidak menggunakan teori dan metode yang efektif sesuai dengan prinsip-prinsip manajemen. Keempat, bahwa para mahasiswa dalam penggunaan uang, perlengkapan, bahan-bahan yang dimiliki tidak menghubungkan dengan tujuannya. Kelima, kemungkinan para mahasiswa dalam menggunakan keuangan yang dimiliki cenderung bersifat konsumtif karena terpengaruh pola hidup dan budaya yang bersifat *glamour* yang tidak sesuai dengan teori dalam manajemen.

Disamping itu, ternyata banyak aspek manajemen yang tidak bisa dipelajari dan diterapkan dengan sukses, kecuali melalui latihan dan dalam penerapan tersebut dibutuhkan bakat serta seni. Oleh karena itu, manajemen itu sebagian merupakan ilmu dan sebagian merupakan seni. Bahkan pendidikan manajemen yang banyak dilakukan oleh berbagai lembaga, umumnya hanya menekankan pada *technical skills*. Hal ini merupakan kritik terhadap pendidikan manajemen. *Human* dan *conceptual skills* lebih sulit diajarkan karena dipengaruhi oleh pembawaan individu. Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, maka berakibat pada tidak adanya pengaruh kemampuan manajemen mahasiswa secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa (1) Kemampuan manajemen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, (2) Penguasaan konsep ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, dengan sumbangan efektif sebesar 23,8%. Dengan demikian, makin baik penguasaan konsep ekonomi makin baik perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, (3) Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, dengan sumbangan efektif sebesar 7,74%. Dengan demikian, makin baik status sosial ekonomi orang tua makin baik perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, (4) Penguasaan konsep ekonomi dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, dengan sumbangan efektif sebesar 32%. Dengan demikian, makin baik penguasaan konsep ekonomi dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama, maka semakin baik pula perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta.

Saran

Kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta disarankan agar lebih meningkatkan keterampilan manajemen dan mempunyai komitmen agar berperilaku konsumsi secara profesional. Hal ini dapat dilakukan dengan upaya sebagai berikut: (1) perlu menentukan terlebih dulu tujuan secara keseluruhan, setelah itu tujuan dari masing-masing bagian ditentukan; (2) tujuan masing-masing bagian ini tidak boleh bertentangan, menentukan prioritas, dan diarahkan pada tercapainya tujuan; (3) setelah tujuan ditetapkan, dibuat berbagai program untuk mencapai tujuan tersebut secara sistematis dan konseptual; (4) pemilihan program harus memperhatikan kelayakan dan sumber dayanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D., 1987. *Teknik Penyusunan Skala Pengukur*, Yogyakarta: Pusat Penelitian Kependudukan UGM.
- Arikunto, S., 1999. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Bumi Aksara.
- As'ad, M., 1998. *Ilmu Sumber Daya Manusia*, Psikologi Industri, Edisi IV, Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Gilarso T, 1992. *Pengantar Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hadi, S. 1991. *Analisis Butir Instrumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handoko T. H., 1999. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Husnan Suad, 1989. *Pokok-pokok Pengertian Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kadariman dan Udayana, 1994. *Pengantar Ilmu Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia..
- Martoyo, 1990. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Moekijat, 1994. *Kamus Manajemen*. Bandung: Mandar Maju.
- Nazir, M., 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nawawi, H., 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Partadiredja Ace, 2002. *Pengantar Ekonomika*. Yogyakarta: BPFE.
- Poli Carla, 1999. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Robbins, 2002. *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Salvatore, 2002. *Prinsip-prinsip Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, H. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN.
- Simanjuntak, P. 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sudjana, 1996. *Analisis Regresi dan Korelasi*. Bandung: Tarsito.